



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS**

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

“CARACTERIZACIÓN DE LA CAPACITACIÓN EN LAS
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR
SERVICIO-RUBRO RESTAURANTE DEL DISTRITO DE
COISHCO, AÑO 2013”

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN

AUTORA:

Br. ROMELIA BERONICA LÓPEZ ESPINOZA

ASESOR:

Dr. REINERIO ZACARIAS CENTURIÓN MEDINA

CHIMBOTE – PERÚ

2016

JURADO EVALUADOR Y ASESOR

Dr. Santos Felipe Llenque Tume

Presidente

Mgtr. Carlos Enaldo Rebaza Alfaro

Secretario

Mgtr. Miguel Ángel Limo Vásquez

Miembro de Jurado

Dr. Reinerio Zacarías Centurión Medina

Asesor

AGRADECIMIENTO

A Dios, por darme la fuerza necesaria para poder culminar satisfactoriamente mi trabajo de investigación.

A mis padres Nicanor López y Cristina Espinoza por los valores que me han inculcado, gracias a ellos soy quien soy en este momento, a mis hermanos (as) por apoyarme y estar siempre conmigo en los buenos y malos momentos de mi vida.

Al Dr Reinerio Centurión Medina y a todos los docentes por la paciencia y el apoyo que me brindaron para poder culminar mi trabajo de Investigación.

DEDICATORIA

Con mucho cariño, a mis padres y hermanos (as) quienes con su amor, cariño y apoyo incondicional me esforzaron para poder cumplir mi meta.

A mis mejores amigos (as) por el apoyo que me brindaron y por estar conmigo cuando más lo necesitaba.

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir las principales características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio–rubro Restaurantes del Distrito de Coishco, año 2013. La investigación fue diseño No experimental/ transversal/Descriptivo, se utilizó una muestra dirigida de 9 Mypes de una Población de 36, a quienes se les aplicó un cuestionario estructurado de 14 preguntas, aplicando la técnica de la encuesta. Obteniendo los siguientes resultados: El 55,6% manifiesta tener de 51 años de edad a más, el 66,7% son de Género Femenino, el 66,7% cuenta con estudios secundarios, el 77,8% no tienen ninguna profesión, el 100% son dueños de las Mypes. El 55,6% de las Mypes tienen de 1 a 5 años en el ámbito empresarial, el 100% tienen de 1 a 3 colaboradores permanentes; el 44,5% tiene como objetivo maximizar ganancias, el 44,5% generar autoempleo. El 66,7% no conocen el término Capacitación, el 55,6% no se han capacitado, el 77,8% no capacitan a su personal, el 66,7% considera que la capacitación es una inversión y el 55,6% desearían capacitarse en temas de Marketing, concluyendo que la mayoría de los representantes encuestados del rubro Restaurante del Distrito de Coishco son personas adultas de 51 años a más, son de sexo femenino y tienen un grado de instrucción Secundario. La mayoría de las Mypes tienen un promedio de 1 a 5 años de permanencia en el mercado, tienen de 1 a 3 colaboradores, tienen como objetivos maximizar ganancias y generar autoempleo. La mayoría de los representantes de las Mypes no se han capacitado y del mismo modo no capacitan a su personal, pero consideran que la capacitación es una inversión para las Micro y pequeñas empresas por lo tanto desean capacitarse y capacitar a sus empleados en temas de marketing.

Palabras claves: Representante, Micro y pequeña empresa y Capacitación

ABSTRACT

The present investigation took as a target to describe the main characteristics of the Training in the Mike and small enterprises of the sector service – title Restaurants of the District of Coishco, year 2013. The investigation was a not experimental design/ transversely/ descriptive, there was used a guided sample of 9 Mypes of a Population of 36, to whom a structured questionnaire of 14 questions was applied, applying the skill of the survey. Obtaining the following results: 55,6% shows to have of 51 years of age to more, 66,7% is of Feminine Genre, 66,7% is provided with secondary studies, 77,8% does not have any profession, 100% is proprietors of the Mypes. 55,6% of the Mypes has from 1 to 5 years in the managerial ambience, 100% has from 1 to 3 permanent collaborators; 44,5% takes as a target to maximize profit, 44,5% to generate self – employment. 66,7% does not know the term Training, 55,6% has not qualified, 77,8% does qualify to its personnel, 66,7% thinks that the training is an investment and 55,6% would want to qualify in Marketing topics, concluding that most of the polled representatives of the title Restaurant of the District of Coishco are 51 – year - old adult persons to more, they are of feminine sex and have a Secondary instruction grade. Most of the Mypes have an average from 1 to 5 years of permanence on the market, have from 1 to 3 collaborators, take as targets to maximize profit and to generate self – employment. Most of the Representatives of the Mypes have not qualified and in the same way they do not qualify to its perssonel, but they think that the training is an investment for the Mike and small enterprises therefore want to qualify and qualify its personnel in marketing topics.

Words fix: Micro representative and small enterprise and Training

CONTENIDO

Título.....	i
Jurado Evaluador y Asesor.....	ii
Agradecimiento.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Resumen.....	v
Abstract.....	vi
Contenido.....	vii
Índice de tablas y figuras.....	ix
I. INTRODUCCIÓN.....	1
II. REVISIÓN DE LITERATURA.....	5
2.1 Antecedentes.....	5
2.2 Bases Teóricas.....	7
2.3 Marco Conceptual.....	10
III. METODOLOGÍA.....	13
3.1 Diseño de la investigación.....	13
3.2 Población y muestra.....	13
3.3 Definición y operacionalización de las variables e indicadores.....	14
3.4 Técnicas e instrumentos de redacción.....	17
3.5 Plan de Análisis.....	17
3.6 Matriz de consistencia.....	18
3.7 Principios éticos.....	19
IV. RESULTADOS.....	20
4.1 Resultados.....	20
4.2 Análisis de resultados.....	23
V. CONCLUSIONES.....	29
Referencias bibliográficas.....	30
Anexos.....	33

ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

TABLAS:

Tabla N° 1: Características del Representante de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio-rubro restaurantes del Distrito de Coishco, año 2013.....	14
Tabla N° 2: Características de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro restaurantes del Distrito de Coishco, año 2013.....	15
Tabla N° 3: Características de la Capacitación en las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro restaurantes del Distrito de Coishco, año 2013.....	16

FIGURAS (Anexos)

Figura N°1: Edad del Representante.....	29
Figuran°2: Género del Representante.....	30
Figura N°3: Grado de instrucción del representante.....	30
Figura N°4: Profesión del representante.....	31
Figura N°5: Cargo del representante.....	31
Figura N°6: Funcionamiento de la Micro y pequeña empresa.....	32
Figura N°7: N° de colaboradores de la Micro y pequeña empresa.....	32
Figura N°8: Objetivo de la Micro y pequeña empresa.....	33
Figura N°9: Conoce el término capacitación.....	33
Figura N°10: Alguna vez se ha capacitado.....	34
Figura N°11: En qué temas se ha capacitado.....	34
Figura N°12: Considera que la capacitación es un gasto o inversión.....	35
Figura N°13: Su personal ha recibido algún tipo de capacitación.....	35
Figura N°14: En qué desearía capacitarse.....	36

I. INTRODUCCIÓN

Hoy en día, las Micro y pequeñas empresas juegan un papel muy importante en el desarrollo tanto social y económico de nuestro país, ya que del total de empresas que existen, la mayoría son Micro y pequeñas empresas los cuales generan una mayor fuente de empleo en el mercado. Como bien sabemos, en estos últimos años hemos sido testigos del crecimiento de los restaurantes en diferentes lugares de la ciudad, debido a la facilidad de los micro empresarios que invierten e inician un negocio con el fin de generar sus propios ingresos, pero muchas veces estas Micro y pequeñas empresas son creadas por personas que no están capacitadas para afrontar diversos problemas que puedan presentarse, es decir; que la capacitación en los dueños de los Restaurantes de las micro y pequeñas empresas es deficiente porque la mayoría de ellos no conocen el término capacitación y por tal motivo no capacitan a su personal. Esta realidad indudablemente afecta tanto a los clientes como también a los dueños de las micro y pequeñas empresas, porque sus trabajadores no se encuentran capacitados para atender algún tipo de queja o reclamo por parte de los clientes, y es ahí donde muchas veces se pierde la calidad de atención de servicios y los clientes se van a la competencia buscando una mejor atención. Para evitar cualquier inconveniente que se pueda presentar, se debe capacitar, motivar e incentivar al personal para que pueda mostrar un trato amable hacia el cliente bajo cualquier circunstancia, porque el saber responder a las inquietudes y necesidades de los clientes tanto internos como externos, dará la pauta para poder mejorar las percepciones de servicio que se generan, creando así un sentido de correlación entre los clientes y los prestadores de servicio que a la distancia traerá mayores beneficios para ambas partes; por un lado se logrará mejorar las percepciones de los clientes, quienes se mantendrán fieles; y por otro lado a los empleados, quienes podrán mejorar en mayor medida sus capacidades de servicio y atención al cliente mediante la capacitación. En el mundo empresarial, las Micro y pequeñas empresas que implantan la Capacitación, logran ventajas competitivas al adoptarla en sus funciones. En los últimos años podemos ver que a los empresarios de las Micro y Pequeñas empresas les falta una adecuada orientación, tanto para los que recién quieren iniciarse en la actividad empresarial, como para los que ya están en el camino empresarial, pues se dice que ellos requieren de mucha información y conocimiento a través de la capacitación

para el mejor manejo de su negocio (**Vizcarra 2009**). Durante la última década, Panamá ha experimentado un fuerte dinamismo económico, lo cual le permitió convertirse en el líder del crecimiento en Centroamérica. El crecimiento económico del país se ha basado principalmente en la acumulación de factores, más que en ganancias de productividad. En este contexto el aumento de la productividad del capital humano es un reto importante para el país, porque las prácticas de capacitación en los establecimientos y los mecanismos de apoyo a la capacitación en planta en Panamá no son suficientes para compensar las deficiencias que la fuerza laboral trae consigo desde el periodo de formación. Panamá está haciendo un esfuerzo por debajo de lo que se requeriría para superar los rezagos en su productividad laboral. Las Micro y Pequeñas Empresas en Panamá están entre los que menos capacitan en América Latina y el Caribe (ALC). Solo el 9% de las Micro y Pequeñas Empresas capacita a su personal (**Baptista, Dulce; Flores Lima, José, 2014**). Asimismo en Honduras el 70% de las micro y pequeñas empresas no logran subsistir más de dos años en el mercado, esto se debe a la falta de entendimiento del mercado, a las expectativas financieras que al no ser cumplidas desmotivan al empresario. La falta de capacidades técnicas para la elaboración del producto también puede incidir en el fracaso. Algunos logran distribuir sus productos a los supermercados o a otras empresas grandes, lo hacen solo por un tiempo porque quizá no cumplen con los tiempos de entrega, los pedidos de compra y no mantienen constantes niveles de calidad. (**Baquedano, 2014**). Por otro lado, en Ecuador, los microempresarios ecuatorianos reciben capacitación para buscar nuevos mercados. Más de 30 representantes de micro, pequeñas y medianas empresas y de asociaciones de la economía popular y solidaria se beneficiaron de la capacitación técnica sobre exportación, lo que les permitirá conseguir nuevos mercados para sus productos. El curso, que tuvo una duración de cerca de tres meses, fue realizado por Pro Ecuador, fue dirigido a pequeños productores de café orgánico, orquídeas, panela granulada, software, farmacéuticos alternativos y orgánicos, impulsados por entidades gubernamentales, entre otros. En el plan académico se trataron temas como: Investigación de Mercados, Logística Internacional y Promoción Comercial. Dayana Miranda, de la empresa Floare, que cultiva y vende orquídeas, reconoció el apoyo gubernamental para la inclusión de los pequeños productores en este tipo de capacitaciones. La Corporación Financiera Nacional (CFN) también contribuyó con enseñanza sobre requisitos para la obtención de crédito, los principales destinos de

exportación en la Asociación Latinoamericana de Integración (Aladi), entre otros temas como las normativas de exportación, normas andinas y otros procesos comerciales. **(El Telégrafo, 2012)**. Del mismo modo, Perú tiene una alta tasa de emprendimiento, sin embargo, las cifras que acompañan al desarrollo de las Micro y pequeñas empresas no son muy estimulantes. Según Cofide las micro y pequeñas empresas peruanas tienen dificultades en llegar a ser lo que el emprendedor aspira y es debido a dificultades centradas en la capacidad del propio emprendedor, no en las imperfecciones del mercado. En muchas de ellas se trata de un tema de capacitación porque no pueden trasladarse a otros sectores productivos de mejores registros de competencia porque no saben hacer otra cosa. **Huaruco, (2014)**.

Visto los problemas que suceden en Panamá y Honduras, en el cual solo un mínimo de porcentaje capacita a su personal, en nuestro País sucede lo mismo, las micro y pequeñas empresas carecen de capacitación lo cual les impide ser mejores que las demás empresas, y del mismo modo también en Coishco sucede lo mismo, es decir que en la mayoría de las micro y pequeñas empresas, los empleados no se encuentran altamente capacitados y calificados para manejarse ante las distintas situaciones y diversos tipos de clientes a los cuales se enfrentan día a día. No basta con la buena comida, sino que también elementos primordiales tales como los detalles en la ambientación del lugar, la cordialidad del personal asistente, la rapidez en la atención, la limpieza e higiene, entre otros. A raíz de lo anterior, surge la necesidad de contar con personal que cuente con herramientas necesarias para desenvolverse en mundo del servicio. A diferencia de esto, las microempresas ecuatorianas, reciben capacitación de manera constante para buscar nuevos mercados, lo cual otorgan a los trabajadores los conocimientos y/o destrezas necesarias para una excelente comunicación entre los empleados y los clientes.

En el Distrito de Coishco, lugar donde se desarrolló la investigación existen varias Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) de rubro Restaurantes los cuales cada día brindan servicios de atención al cliente, pero se desconoce si los representantes de estas Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) se capacitan o capacitan a su personal para que ellos puedan mejorar sus habilidades. Por lo tanto se planteó la siguiente pregunta de investigación:

¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013?

Para dar respuesta al problema, se planteó el siguiente objetivo general: Describir las principales características de la capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio, rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013.

Para poder conseguir el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

Describir las características de los gerentes y/o representantes de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio-Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013.

Determinar las características de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio-Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013.

Describir las principales características de capacitación en las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio-Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013.

La investigación se justifica porque permitió conocer las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio-Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013, permitiendo que, tanto trabajadores como empresarios adquieran y actualicen permanente y respectivamente conocimientos, habilidades y destrezas, tanto para el trabajo como para la actividad empresarial. Por otro lado esta investigación proporcionará a las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) una información muy valiosa para darse cuenta que existen problemas como la mala atención al cliente que se deben resolver mediante los diversos programas de capacitación que la organización pueda desarrollar y aplicar a su personal para lograr un desempeño efectivo, lo cual servirá de base también para realizar otros estudios similares en otros sectores de servicio del Distrito de Coishco y de otros ámbitos geográficos de nuestro País.

II. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1 Antecedentes:

Se han efectuado consultas en diversos estudios, realizados por otros autores, donde se logró encontrar algunos estudios sobre el tema de manera genérica específicamente los realizados por **Gamarra, (2011)** en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las (micro y pequeñas empresas del sector turismo – rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Tingo María, periodo 2009 - 2010”. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: El 100% de los representantes legales de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas la edad fluctúa entre los 26 a 60 años, el 50% son del sexo masculino y el 60% tiene grado de instrucción secundaria completa. Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas: El 90% tienen más de tres años en el rubro empresarial, el 50% manifestó que posee dos trabajadores eventuales, el 30% posee un trabajador permanente y el 100% de los encuestados manifestaron que la formación de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) fue para obtención de ganancias. Respecto a la capacitación: El 80% se capacitaron en marketing empresarial, el 90% manifestaron que su personal si ha recibido capacitación, el 100% de los representantes legales encuestados declararon que si consideran que la capacitación es una inversión y el 100% de los representantes legales encuestados declaró que sí considera que la capacitación es relevante para sus empresas.

Vega, (2014) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles y restaurantes en la Provincia de Huancavelica, Departamento de Huancavelica, periodo 2012 – 2013”, obtuvo los siguientes resultados. El 55% son de género femenino, el 42,5% de los empresarios tienen grado de instrucción secundaria. Respecto a las características de las Micro y pequeñas empresas: El 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen 2 años de antigüedad. Respecto a la capacitación: El 100% considera a la capacitación como una inversión, el 66,6% no recibieron una capacitación permanente, el 44,4% recibió otro tipo de capacitación que no son manejo empresarial, marketing empresarial ni inversión de créditos financieros

Anticona, (2013) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento y la capacitación de las Mypes del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, periodo 2010 – 2011” obtuvo los siguientes resultados. Respecto a los empresarios: El 80% de los propietarios o representantes legales son del sexo femenino, el 80% de los propietarios o representantes legales de las Mypes se encuentra entre los 26 y 60 años, el 40% de los propietarios o representantes legales tienen grado de instrucción secundaria. Respecto a las características de las Micro y pequeñas empresas: El 60% tienen más de 03 años en el ámbito empresarial, el 60% de los encuestados constituyeron la Mype con la finalidad de obtener ganancia. Respecto a la capacitación: El 60% de las Mypes solamente 1 vez recibieron algún tipo de capacitación, el 60% de los representantes considera que la capacitación es una inversión.

Otero, (2013) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito provincia y departamento de San Martín periodo, 2012 – 2013” obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los representantes: El 57% tienen mayor tendencia en las mujeres a ser las propietarias o representantes de los negocios familiares o individuales, el 57% de los empresarios tienen nivel de estudios de secundaria completa, ayudando al desarrollo de capacidades empresariales. Respecto a las características de las Micro y pequeñas empresas: El 43% de las empresas dos años en el ámbito empresarial. Respecto a la capacitación: El 43% de los encuestados durante los años 2012-2013 accedieron a alguna clase de capacitación, el 64% considera que le ha ayudado a mejorar la rentabilidad las capacitaciones recibidas, el 43% de los empresarios encuestados más han estado determinados a capacitaciones de índole constitución de empresas y no a temas de rentabilidad. El 100% consideran que las capacitaciones son más una inversión de tiempo que de dinero.

Muñoz, (2013) en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del Financiamiento, la Capacitación de las Mypes del sector Servicios –Rubro Restaurantes de la Ciudad de Sullana periodo 2012”, obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los Empresarios: La edad promedio de los representantes legales tienen la edad de 25 a 45 años y se puede apreciar equidad de género ya que

el 50% son mujeres y 50% varones, el 30% tienen un grado de instituto superior, mientras que el 50% tiene secundaria completa y el 20% tiene primaria incompleta. Respecto a la capacitación: El 30% de los empresarios de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) encuestadas capacitan a su personal; mientras que el 70% no capacitan al personal, a veces por falta de presupuesto o por desconocimiento. El 40% de representantes, consideran que la capacitación al personal es una inversión para la empresa, mientras que el 60% no opina lo mismo, el 100% de empleadores opinan que la capacitación mejora la competitividad laboral.

Finalmente **Ordoñez, (2015)** en su trabajo de investigación titulado “Caracterización del Financiamiento, Capacitación y Rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicios – Rubro Restaurantes turísticos del Distrito de San Vicente - Provincia de Cañete, 2014”. Obtuvo los siguientes resultados: Respecto a los empresarios: El 73% de los representantes son jóvenes; es decir, sus edades fluctúan entre 20 y 25 años, el 60% son del sexo masculino y el 27% tienen instrucción superior universitaria incompleta. Respecto a las características de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes): El 73% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) encuestadas se dedican al servicio de Restaurantes Turísticos hace más de 3 años y el 93% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) son formales. Respecto a la capacitación: El 93% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) encuestadas, no recibieron ninguna capacitación previa al otorgamiento de los créditos, el 60% dijeron que sus trabajadores sí recibieron capacitación, el 60% dijeron que la capacitación es una inversión para su empresa y para el 60% de las Micro y Pequeñas Empresas (Mypes) encuestadas la capacitación sí es relevante para la empresa.

2.2 Bases Teóricas:

La Micro y pequeña empresa

La Micro y Pequeña Empresa (Mype) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción o comercialización de bienes o prestación de servicios”. (**Ley 28015**)

Características de la Micro y Pequeña Empresa:

- Microempresa: ventas anuales hasta por el monto máximo de 150 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Pequeña empresa: ventas anuales superiores a 150 UIT y hasta por el monto máximo de 1 700 unidades impositivas tributarias (UIT).
- Mediana empresa: ventas anuales superiores a 1 700 UIT y hasta por el monto máximo de 2 300 UIT. **(Ley 28015)**

Importancia de la Micro y Pequeña Empresa

Las micro y pequeñas empresas son muy importantes desde el punto de vista del empleo y consiguientemente, de la generación de ingreso para amplios segmentos de la población, ya que solo las microempresas suponen más del 98% de empresas existentes. Este tejido de empresa de pequeña dimensión es también fundamental desde el punto de vista del dinamismo del mercado interno y la estabilidad social y política. **(Correa, 2009)**

La Capacitación:

La capacitación es un proceso educacional que se imparte de manera organizada y sistemática, por medio del cual los participantes adquieren y desarrollan conocimientos y habilidades relativas a su trabajo. Tiende a modificar actitudes personales y vicios laborales.

De igual manera, conlleva la intención de integrar al trabajador a su puesto de trabajo, la organización, el mantenimiento e incremento de su eficiencia laboral, que finalmente redundará en el progreso personal y de la empresa. **Rodríguez, (2008)**

Importancia de la Capacitación:

La formación y el entrenamiento del personal son de vital importancia, porque se les facilita herramientas, técnicas e innovación de tecnología para la ejecución de las labores, ya que mientras el trabajador se sienta capaz de realizar sus labores con las técnicas y estrategias indicadas, su satisfacción y rendimiento será mayor. Esta acción repercute en un ambiente laboral armónico y por ende más productivo, debido a que las tareas fluyen con facilidad y no hay obstáculos para la culminación de las mismas. **(Dávila, 2012)**

Clasificación de la Capacitación:

a) Por su Formalidad

Capacitación Informal. Está relacionado con el conjunto de orientaciones o instrucciones que se dan en la operatividad de la empresa

Capacitación Formal. Son los que se han programado de acuerdo a necesidades de capacitación específica. Pueden durar desde un día hasta varios meses, según el tipo de curso, seminario, taller, etc.

b) Por su Naturaleza

Capacitación de Orientación: Para familiarizar a nuevos colaboradores de la organización.

Capacitación en el Trabajo: práctica en el trabajo

Entrenamiento de Aprendices: período formal de aprendizaje de un oficio.

Entrenamiento Técnico: Es un tipo especial de preparación técnica del trabajo

Capacitación de Supervisores: Se prepara al personal de supervisión para el desempeño de funciones gerenciales

c) Por Su Nivel Ocupacional

Capacitación de Operarios

Capacitación de Obreros Calificados

Capacitación de Supervisores

Capacitación de Jefes de Línea

Capacitación de Gerentes. **(Galván, 2011)**

Enfoques de la Capacitación

La capacitación, además de ocuparse de la información, las habilidades, las actitudes y los conceptos, ahora se orienta al desarrollo de ciertas competencias que desea la organización. Esta capacitación se basa en un mapa, trazado previamente, de las competencias esenciales para el éxito de la organización. **(Gutiérrez, 2011)**

Diagnóstico de las necesidades de la Capacitación:

La primera etapa de la capacitación es levantar un inventario de las necesidades de capacitación que presenta la organización. Esas necesidades no siempre están claras y se deben diagnosticar con base en ciertas auditorías e investigaciones internas

capaces de localizarlas y descubrirlas. Las necesidades de capacitación son carencias en la preparación profesional de las personas, es la diferencia entre lo que una persona debería saber y hacer y aquello que realmente sabe y hace. Significan una discordancia entre lo que debería ser y lo que realmente es. Una necesidad de capacitación es un área de información o de habilidades que un individuo o un grupo deben desarrollar para mejorar o aumentar su eficiencia, eficacia y productividad en el trabajo. En la medida en que la capacitación se enfoque en estas necesidades y carencias y las elimine, entonces será benéfica para los colaboradores, para la organización y, sobre todo, para el cliente. De lo contrario, representará un desperdicio o una simple pérdida de tiempo. (Gutiérrez, 2011)

2.3 Marco Conceptual

Definición de la Micro y pequeña empresa

Es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica, bajo cualquier forma de organización o gestión empresarial contemplada en la legislación vigente, que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

Micro y pequeñas empresas de Rubro Restaurante

Un restaurante es un negocio con mucho potencial, pero también es una empresa muy riesgosa. Las razones por las que un restaurante puede fracasar son muchas, sin embargo, un restaurante que recién comienza tiene todas las oportunidades de unirse a la larga lista de restaurantes prósperos.

Un restaurante exitoso depende mucho más que de un gran chef y una magnífica comida. Los seguidores leales de cualquier restaurante le dirán que las razones por las que siguen regresando a sus restaurantes favoritos una y otra vez son las maravillosas ofertas del menú sumadas al acogedor, cordial, atento, sincero, inteligente y eficiente servicio.

Como dueño de un restaurante, tiene que establecer estrechas relaciones con todos en su entorno, inclusive con el personal, los vendedores y los clientes. Estos últimos son de gran importancia pues generan gran publicidad verbal de boca en boca lo cual atrae a nuevos clientes.

Algunos restaurantes hoy en día han implementado ciertas estrategias de mercadeo para retener a sus clientes y fidelizarlos. La fidelización, implica el establecimiento de sólidos vínculos y el mantenimiento de relaciones a largo plazo con los clientes. Por tal razón se deben enfocar todas las acciones hacia la satisfacción del cliente, para que éste tenga menos motivos de elegir otra opción diferente a la suya.

En primer lugar, se deben analizar los diversos aspectos que aportan valor a la interacción con el cliente, para combinarlos de una manera perfecta y así poder crear en él una experiencia inolvidable.

Estos aspectos forman parte de una experiencia sensorial, no solo se refieren a todo lo que el cliente ve, sino a todo lo que el cliente percibe a través de sus sentidos como: música o ruido, olores, decoración, comodidad, temperaturas, sabores y el contacto directo-humano con el personal. Todo esto refleja tanto la imagen corporativa del restaurante como su filosofía.

A medida que el cliente entra en contacto con la empresa, se van provocando en la mente del consumidor estados emocionales que pueden ser positivos o negativos.

Durante una comida el cliente entra en contacto, directo o indirecto, con el equipo humano. En estos contactos, se percibe la calidad del servicio de la empresa y, por tanto, representan una gran oportunidad para ofrecer al cliente el máximo valor. De este modo es importante saber que los clientes no hacen una suma matemática de sus percepciones, sino que juzgan globalmente todos los contactos experimentados.

La Capacitación:

Es una herramienta fundamental que ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa, permitiendo a su vez que la misma se adapte a las nuevas circunstancias que se presentan tanto dentro como fuera de la organización. Proporciona a los empleados la oportunidad de adquirir mayores aptitudes, conocimientos y habilidades que aumentan sus competencias, para desempeñarse con éxito en su puesto. De esta manera, también resulta ser una importante herramienta motivadora.

Capacitación en los Restaurantes

La falta de capacitación es un grave error que se comete muchas veces. No sólo se debe capacitar al personal que tenga contacto directo con el cliente, sino que todo el personal debe estar capacitado y entrenado para brindar un buen servicio, desde el encargado de la seguridad, pasando por los meseros y chef, hasta el encargado de

administrar el restaurante. Para esto, es necesario entrenar bien al personal y realizar pequeñas reuniones semanales, en donde se pueda hablar sobre el servicio al cliente que se está brindando, cómo puede mejorar dicho servicio y qué opiniones o sugerencias han recibido de los clientes. Es importante evitar que el personal se muestre desinteresado y desinformado al momento de tratar con los clientes. Pues muchas veces no saben ni el contenido del menú, ni que recomendarles a sus comensales. Se debe procurar mostrarse siempre amable, solícito, informado, y siempre saludar, dar gracias, y mostrar una sonrisa sincera.

III. METODOLOGÍA

3.1 Diseño de la Investigación

Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL – DESCRIPTIVO.

Fue no experimental porque la variable capacitación se ha estudiado tal y cual cómo se presenta dentro de las Micro y pequeñas empresas del sector servicio rubro restaurantes del Distrito de Coishco, año 2013.

Fue transversal porque el estudio se realizó en 1 año, es decir, del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2014.

Fue descriptivo porque solamente se ha descrito las características de la capacitación, de los representantes y de las Micro y pequeñas empresas del sector en estudio.

3.2 Población y muestra

En el presente estudio se ha utilizado una población de 36 Restaurantes del Distrito de Coishco, esto fue conseguido mediante SIGE (**Ver Anexo N° 3**).

Se utilizó una muestra de 9 Restaurantes, el cual representa el 25% de la Población y fue conseguido mediante una muestra dirigida, dado que fueron las únicas Micro y Pequeñas Empresas que estuvieron dispuestas a participar en la encuesta.

3.3 Definición y Operacionalización de las Variables e Indicadores

VARIABLE	DEFINICIÓN VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas	Es una persona que actúa en nombre de esa empresa para realizar diversos trámites. Puede asumir compromisos y tomar decisiones que serán atribuidas a la empresa como persona natural o jurídica.	Edad	a) 18 – 30 b) 31 – 50 c) 51 a más	Razón
		Género	a) Masculino b) Femenino	Nominal
		Grado de Instrucción	a) Primarios b) Secundarios c) Técnicos d) Universitarios e) Sin Instrucción	Ordinal
		Profesión	a) Lic. En Administración b) Contador Público c) Abogado d) Ingeniero e) Otro f) No tiene	Nominal
		Cargo	a) Gerente b) Dueño	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
Perfil de las Micro y pequeñas empresas	Es una unidad productora con menos de 10 personas ocupadas, incluyendo al propietario, sus familiares y a sus trabajadores tanto permanentes como eventuales	Años de permanencia	a) 1 a 5 b) 6 a 10 c) 11 a más	Razón
		Nº de colaboradores	a) 1 a 3 b) 4 a 6 c) 7 a más	Razón
		Objetivos de la Mype	a) Maximizar ganancias b) Brindar empleo a los familiares c) Autoempleo	Nominal

VARIABLE	DEFINICIÓN VARIABLE	DIMENSIÓN	INDICADORES	MEDICIÓN
Capacitación en las Micro y pequeñas empresas	La capacitación es la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos que van a contribuir al desarrollo del individuo en el desempeño de una actividad,	Conoce el término Capacitación	a) SI b) NO	Nominal
		Alguna vez se ha capacitado	a) SI b) NO	Nominal
		En qué temas se ha capacitado	a) Manejo empresarial b) Administración de RR.HH c) Marketing Empresarial d) Ninguno	Nominal
		Cómo considera la Capacitación	a) Gasto b) Inversión	Nominal
		Su personal recibió algún tipo de Capacitación	a) SI b) NO	Nominal
		En qué desearía capacitarse	a) Servicio al cliente b) Marketing c) Ventas d) Otros	Nominal

3.4 Técnicas e Instrumentos

En el presente trabajo de investigación se aplicó como técnica una encuesta a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas, los cuales respondieron responsablemente y se utilizó como instrumento un cuestionario de 14 preguntas dividido en 5 preguntas al Representante, 3 preguntas a las Micro y pequeñas empresas y 6 preguntas a la variable Capacitación. **(Ver Anexo N° 4)**

3.5 Plan de Análisis

Para el análisis de los datos recolectados en la investigación se hizo uso del análisis descriptivo; para la tabulación de los datos, elaboración de cuadros y gráficos se utilizó como soporte el programa Excel

3.6 Matriz de consistencia

Problema	Objetivos	Variables	Población y muestra	Metodología y diseño de la Investigación	Instrumentos
<p>¿Cuáles son las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro Restaurantes del Distrito de Coishco, año 2013?</p>	<p>Objetivo General: Describir las principales características de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013</p> <p>Objetivos Específicos: Describir las características de los gerentes y/o representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013</p> <p>Determinar las características de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013</p> <p>Describir las principales características de la capacitación en las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013</p>	<p>Capacitación: Herramienta fundamental que ofrece la posibilidad de mejorar la eficiencia del trabajo de la empresa.</p>	<p>La Población en estudio constó de un total de 36 Restaurantes del Distrito de Coishco, de las cuales se determinó una muestra dirigida de 9 Restaurantes</p>	<p>Para la elaboración del presente trabajo de investigación se utilizó el diseño NO EXPERIMENTAL – TRANSVERSAL – DESCRIPTIVO</p>	<p>Técnica: Encuesta</p> <p>Instrumento: Cuestionario</p>

3.7 Principios Éticos

En la elaboración del siguiente estudio se aplicó Principios Éticos como:

Responsabilidad: Porque se utilizó decisiones de manera consciente y se asumió las consecuencias que tengan las citadas decisiones.

Honestidad: Porque el estudio se realizó de manera justa, razonable y honrada

Confiabilidad porque toda la información es real y fue proporcionada por los mismo propietarios de las Micro y pequeñas empresas en estudio

Confidencial porque se ha respetado algunos datos que los mismos empresarios no nos han permitido brindar la información y se han considerado en forma anónima.

Conducta Ética: Lo cual permite establecer principios de conducta acerca de lo que es bueno y malo, correcto o incorrecto.

IV RESULTADOS:

4. 1 Resultados

Tabla 01. Características generales del representante de las Micro y Pequeñas Empresas del Sector Servicio – rubro restaurante del Distrito de Coishco, año 2013.

Datos Generales:	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Edad (años)		
18-30	1	11,1
31-50	3	33,3
51 a más	5	55,6
Total	9	100
Género		
Masculino	3	33,3
Femenino	6	66,7
Total	9	100
Grado de Instrucción		
Estudios Primarios	1	11,1
Estudios Secundarios	6	66,7
Estudios Técnicos	1	11,1
Estudios Universitarios	1	11,1
Sin Instrucción	0	0
Total	9	100
Profesión		
Lic. En Administración	0	0
Contador Público	0	0
Abogado	0	0
Ingeniero	0	0
Otro	2	22,2
No tiene	7	77,8
Total	9	100
Cargo		
Gerente	0	0
Dueño	9	100
Total	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los representantes de las Micro y pequeñas empresas del sector Servicios-rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013

Tabla 02. Características de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio – rubro restaurante del Distrito de Coishco, año 2013

De la empresa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Funcionamiento de la empresa (años)		
1 a 5	5	55,6
6 a 10	1	11,1
11 a más	3	33,3
Total	9	100
Número de Colaboradores		
1 a 3	9	100
4 a 6	0	0
7 a más	0	0
Total	9	100
Objetivo de su empresa:		
Maximizar ganancias	4	44,5
Brindar empleo a los familiares	1	11,0
Autoempleo	4	44,5
Total	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio-Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013

Tabla 03 Capacitación en las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio – rubro restaurante del Distrito de Coishco, año 2013

De la Capacitación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Conoce el término capacitación		
SI	3	33,3
NO	6	66,7
Total	9	100
Alguna vez se ha capacitado		
SI	4	44,4
NO	5	55,6
Total	9	100
En qué temas se ha capacitado		
Manejo Empresarial	0	0
Administración de RR.HH	0	0
Marketing Empresarial	4	44,4
Ninguno	5	55,6
Total	9	100
Considera la Capacitación como		
Gasto	3	33,3
Inversión	6	66,7
Total	9	100
Su personal, ha recibido algún tipo de Capacitación		
SI	2	22,2
NO	7	77,8
Total	9	100
En qué desearía Capacitarse		
Servicio al cliente	4	44,4
Marketing	5	55,6
Ventas	0	0
Otros	0	0
Total	9	100

Fuente: Cuestionario aplicado a los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector Servicio-Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013.

4.2 Análisis de los Resultados:

a) Discusión

Referente al Representante de las Micro y pequeñas empresas:

El 55,6% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013, tienen edad de 51 años a más (**Tabla 01**), esto coincide con los resultados encontrados por **Gamarra, (2011)**, en donde menciona que la edad promedio de los conductores de las Micro y pequeñas empresas, fluctúa entre los 26 a 60 años y los resultados encontrados por **Atincona, (2013)**, en donde menciona que la edad promedio de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas, fluctúa entre los 26 a 60 años, pero contrasta con los resultados encontrados por **Muñoz, (2013)** donde menciona que la edad de los representantes legales de las Micros y pequeñas empresas, fluctúa entre los 25 a 45 años y **Ordoñez, (2015)**, en el cual menciona que la edad de los representantes legales de las Micros y pequeñas empresas fluctúa entre los 20 y 25 años. Esto demuestra que hoy en día las Micro pequeña empresas están siendo dirigidas por personas adultas quienes ya saben lo que realmente hacen y hacia dónde quieren llegar

El 66,7%. De los representantes legales de las Micros y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 son de sexo femenino (**Tabla 01**), esto coincide con los resultados obtenidos por **Vega, (2014)**, donde determina que el 55% de las Micro y pequeñas empresas están siendo representadas por personas de sexo femenino. Por su parte, **Gamarra, (2011)** menciona que el 50% de las Micro y pequeñas empresas están siendo representadas por personas de sexo femenino. Por otro lado, **Anticona, (2013)** menciona que el 80% de las Micro y pequeñas empresas están siendo representados por personas de sexo de sexo femenino. Del mismo modo, **Otero, (2013)** menciona que el 50% de las Micro y pequeñas empresas están siendo representadas por personas de sexo femenino y a su vez **Muñoz, (2013)** menciona que el 50% de las Micro y pequeñas empresas están siendo representadas por personas de sexo femenino. Pero contrasta con los resultados obtenidos por **Ordoñez, (2015)** donde menciona que el 60% de las Micro y pequeñas empresas están siendo representadas por personas de sexo masculino. Esto demuestra que las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas

por personas de sexo femenino, porque no presentan un menor o mayor desempeño en comparación con el sexo masculino, ya que las mujeres tenemos otro tipo de cerebro que los hombres, no digo mejor, sino diferente. Somos más lineales, directas, detallistas y además contamos con el plus de la intuición que algunos llaman sexto sentido femenino que nunca falla. Por naturaleza tendemos a proteger el entorno, la familia y los bienes.

El 66,7% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 tienen grado de Instrucción secundaria (**Tabla 01**), esto coincide con los resultados encontrados por **Gamarra, (2011)**, donde menciona que el 60% de las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas con grado de Instrucción secundario, también **Vega, (2014)** menciona que el 42,5% de las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas con grado de Instrucción secundario. Por su parte **Anticona, (2013)** menciona que el 40% de las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas con grado de Instrucción secundario, del mismo modo, **Otero, (2013)** menciona que el 57% de las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas con grado de Instrucción secundario y a su vez **Muñoz, (2013)** menciona que el 50% de las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas con grado de Instrucción secundario, pero contrastan con los resultados encontrados por **Ordoñez, (2015)** donde menciona que el 27% de las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas con grado de Instrucción Universitaria incompleta. Esto demuestra que las Micro y pequeñas empresas están siendo dirigidas por personas que solamente tienen grado de Instrucción secundaria. A pesar de que los tiempos han cambiado radicalmente, la sociedad continúa creyendo que estudiar demasiado y obtener un título son garantía para el éxito, pero la verdad es que no hay nada más alejado de la realidad. Anteriormente si estudiabas mucho y tenías un buen título, tenías casi garantizado un empleo de por vida, pero hoy en día el mercado laboral se comporta de manera muy distinta, es decir que no necesariamente se necesita estudiar para poder emprender un negocio; emprender un camino de constante aprendizaje donde cada día es una oportunidad para crecer.

El 77,8% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 no tienen profesión (**Tabla 01**). Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas son

dirigidas por personas sin profesión, es decir que apenas han terminado sus estudios secundarios y es que el Espíritu emprendedor no es algo que se aprende en un libro o por tomar apuntes de un profesor, es algo que se tiene, en parte con lo que se nace, algo así como un talento al que hay que perfeccionar.

El 100% de los representantes legales de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 manifiestan ser dueños de las Micro y pequeñas empresas (**Tabla 01**). Esto demuestra que hoy en día muchos negocios están siendo creados por personas que no necesariamente pueden ser gerentes de grandes empresas sino solamente de tener la capacidad de poder emprender un negocio.

Referente a las características de las Micro y pequeñas empresas

El 55,6% de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 tienen de 1 a 5 años de permanencia en el mercado, (**Tabla 02**). Esto coincide con los resultados encontrados por **Vega, (2014)** donde menciona que el 50% de las Micro y pequeñas empresas tienen 2 años de antigüedad en el mercado. Por su parte, **Gamarra, (2011)** menciona que el 90% de las Micro y pequeñas empresas tienen más de 3 años de antigüedad en el mercado. Del mismo modo, **Anticona, (2013)** menciona que el 60% de las Micro y pequeñas empresas tienen más de 3 años de antigüedad en el mercado. Asimismo **Otero, (2013)** menciona que el 43% de las Micro y pequeñas empresas tienen 2 años de permanencia en el mercado, a su vez, **Muñoz, (2013)** menciona que el 73% de las Micro y pequeñas empresas tienen más de 3 años de antigüedad en el mercado. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas tienen pocos años en el ámbito empresarial, por lo tanto recién se están adaptando en sus rubros, ya que operar un negocio pequeño va ser más difícil en el futuro, a menos que se tomen los recaudos, planificando, organizando, dirigiendo y controlando de manera eficaz para que no fracasen.

El 100% de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 tienen de 1 a 5 N° de trabajadores (**Tabla 02**). Esto contrasta con los resultados encontrados por **Gamarra, (2011)** donde menciona que el 50% de las Micro y pequeñas empresas cuentan con trabajadores eventuales. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas cuentan pocos

trabajadores los cuales pueden ser solo los familiares quienes están encargados de brindar servicio a los clientes

El 44,5% de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 tienen como objetivo maximizar ganancias y el 44,5% generar autoempleo (**Tabla 02**) esto coincide con los resultados encontrados por **Gamarra, (2011)** donde menciona que el 100% de las Micro y pequeñas empresas tienen como objetivo obtener ganancias, y los resultados encontrados por **Anticona, (2013)** donde menciona que el 60% de las Micro y pequeñas empresas tienen como objetivo obtener ganancias. Esto demuestra que la mayoría de las Micro y pequeñas empresas creadas tienen como objetivo principal obtener sus ganancias siempre que sea en base a la competencia y preferencias de los consumidores. La esperanza de las ganancias y la amenaza de las pérdidas van guiando las acciones de los emprendedores para aprovechar mejor los recursos escasos en la economía, aumentando productividad.

Referente a la variable Capacitación

El 66,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 no conocen el término capacitación, y el 33,3% si conocen. (**Tabla 03**). Esto demuestra que los representantes de las Micro y pequeñas empresas no pueden brindar a sus colaboradores, conocimientos que luego les permitan en la medida necesaria, desarrollar su labor y ser capaz de resolver los problemas que se le presenten durante su desempeño, de manera sistemática y organizada en función de objetivos definidos.

El 55,6% de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 no se han capacitado (**Tabla 03**), esto coincide con los resultados encontrados por **Vega, (2014)** donde menciona que el 66% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no recibieron capacitación permanente. Pero contrastan con los resultados encontrados por **Anticona, (2013)** donde menciona que el 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas, una vez recibieron capacitación. Por su parte, **Ordoñez, (2015)** menciona que el 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas recibieron capacitación. Esto demuestra que la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no se han capacitado, por lo tanto no se encuentran aptos

para poder llevar en marcha su negocio, porque hoy en día la capacitación en las Micro y pequeñas empresas debe realizarse de manera constante. La capacitación es de suma importancia porque conlleva la intención de integrar al trabajador a su puesto de trabajo, la organización, el mantenimiento e incremento de su eficiencia laboral, que finalmente ayudará en el progreso personal y de la empresa. **(Rodríguez 2008)**.

El 55,6% de los representantes no se han Capacitado en temas de Manejo Empresarial ni Administración de recursos humanos. **(Tabla 03)**, esto coincide con los resultados encontrados por **Vega, (2014)** donde menciona que el 44,4% recibió otro tipo de Capacitación que no son manejo empresarial, marketing empresarial, pero contrastan con los resultados encontrados por **Gamarra, (2011)** donde menciona que el 80%, se capacitaron en Marketing empresarial y los resultados encontrados por **Otero, (2013)** donde menciona que el 43% de los empresarios encuestados más han estado determinados a Capacitaciones de índole constitución de empresas. Esto demuestra que hoy en día los representantes de las Mypes se capacitan más en otros cursos, los cuales también son importantes dentro del ámbito empresarial.

El 66,7% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 consideran que la Capacitación es una inversión **(Tabla 03)**. Esto coincide con los resultados encontrados por **Vega, (2014)**, donde menciona que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que la capacitación es una inversión. Por su parte, **Gamarra, (2011)** menciona que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que la capacitación es una inversión, Asimismo, **Anticona, (2013)** menciona que el 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que la capacitación es una inversión, del mismo modo, **Otero, (2013)** menciona que el 100% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que la capacitación es una inversión y a su vez, **Ordoñez, (2015)** menciona que el 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que la capacitación es una inversión. Pero contrastan con los resultados encontrados por **Muñoz, (2013)** donde menciona que el 60% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas encuestadas consideran que la

capacitación no es una inversión. Esto demuestra que las personas que capacitan a su personal no ven como un gasto a la capacitación ya que la capacitación, además de ocuparse de la información, las habilidades, las actitudes y los conceptos, ahora se orienta al desarrollo de ciertas competencias que desea la Organización. Esta capacitación se basa en un mapa trazado previamente de las competencias esenciales para el éxito de la organización. **(Gutiérrez 2011)**

El 77, 8% de los Representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 mencionaron que su personal no ha recibido ningún tipo de capacitación, **(Tabla 03)**, esto coincide con los resultados encontrados por **Muñoz, (2013)** donde menciona que el 70% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no capacita a su personal. Pero contrastan con los resultados encontrados por **Vega, (2014)** donde menciona que el 44,4% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas recibieron otro tipo de capacitación. Por su parte **Gamarra, (2011)** menciona que el 90% si capacitó a su personal. Asimismo, **Otero, (2013)** menciona que el 43% de su personal si recibió capacitación. Esto demuestra que hoy en día la mayoría de los representantes de las Micro y pequeñas empresas no están capacitando a su personal. La formación y entrenamiento del personal son de vital importancia, porque se les facilita herramientas, técnicas e innovación de tecnología para la ejecución de las labores, ya que mientras el trabajador se sienta capaz de realizar sus labores con las técnicas y estrategias indicadas, su satisfacción y rendimiento será mayor. **(Dávila 2012)**.

El 55,6% de los representantes de las Micro y pequeñas empresas del Sector servicio - Rubro Restaurante del Distrito de Coishco, año 2013 desearían capacitarse en temas de Marketing **(Tabla 03)**. Esto demuestra que tanto el Marketing como otro curso son esenciales dentro de la Capacitación, porque esto permite que el personal de las Micro y pequeñas empresas estén capacitados en todo momento de acuerdo a las necesidades de la empresa. En el caso de los Restaurantes es necesario capacitarse en atención al cliente, etiqueta social, manejo de alimentos, etc. Para mejorar la atención al cliente en calidad del producto.

V. CONCLUSIONES:

Se concluye que la mayoría de los representantes encuestados del Sector Servicio - rubro Restaurante del Distrito de Coishco son personas adultas de 51 años a más, son de sexo femenino y tienen un grado de instrucción Secundario.

Se concluye que la mayoría de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del Sector Servicio - rubro Restaurante del Distrito de Coishco, tienen un promedio de 1 a 5 años de permanencia en el mercado, tienen de 1 a 3 colaboradores, tienen como objetivos maximizar ganancias y generar autoempleo.

Se concluye que la mayoría de los representantes de las Micro y Pequeñas Empresas encuestadas del Sector Servicio – rubro Restaurante del Distrito de Coishco, no se han capacitado y del mismo modo no capacitan a su personal, pero consideran que la capacitación es una inversión para las Micro y pequeñas empresas por lo tanto desean capacitarse y capacitar a sus empleados en temas de marketing.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

1. **Anticona, A. (2013)** Caracterización del financiamiento y la capacitación de las mypes del sector servicios rubro restaurantes, del distrito de Conchucos, provincia de Pallasca, periodo 2010 – 2011. Extraído el 30 de Setiembre del 2016 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034359>
2. **Baptista, Dulce; Flores Lima, José, (2014)** Capacitación y Reclutamiento de personal en los establecimientos de Panamá. Extraído el 26 de Noviembre del 2015 de: <https://publications.iadb.org/handle/11319/6736#sthash.L1XCtCQt.dpuf>
3. **Baquedano, k. (2014)** Capacitación, clave para los microempresarios de Honduras. Extraído el 26 de Noviembre del 2015 de <http://www.laprensa.hn/honduras/sanpedrosula/707512-98/capacitaci%C3%B3n-clave-para-los-microempresarios-de-honduras>
4. **Correa, E. (2009)** Importancia de las Mypes. Extraído el 02 de Junio del 2015 de:
https://books.google.com.pe/books?id=qVt41fwjzPAC&pg=PA201&dq=las+micro+y+peque%C3%B1as+empresas+en+america+latina&hl=es&sa=X&ved=0CBsQ6AEwAGoVChMI84W_9caUxgIVID6MCh2mPAaL#v=onepage&q=las%20micro%20y%20peque%C3%B1as%20empresas%20en%20america%20latina&f=false
5. **Dávila, L. (2012)** Importancia de la Capacitación del personal como elemento de sostenibilidad en las unidades de producción ganaderas. Extraído el 06 de Junio del 2015 de: <http://myslide.es/documents/importancia-de-la-capacitacion-del-personal-como-elemento-de-sostenibilidad-en-las-unidades-de-produccion-ganaderas.html>
6. **El Telégrafo, (2012)** Microempresarios reciben capacitación. Extraído el 22 de Setiembre del 2016 de:
<http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/economia/8/microempresarios-ecuatorianos-reciben-capacitacion-para-buscar-nuevos-mercados>

7. **Galván, B. (2011)** Tipos de Capacitación. Extraído el 07 de Junio del 2015 de: <http://barbaragalvangnz.blogspot.com/2011/04/tipos-de-capacitacion.html>
8. **Gamarra, F. (2011)** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector turismo - rubro restaurantes del casco urbano de la ciudad de Tingo María, período 2009-2010. Extraído el 03 de Junio de 2015 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000024801>
9. **Gutiérrez, B. (2011).** Propuesta de curso de Capacitación para la organización CRG. Corporativo de Reproducción Gráfica. Extraído el 09 de Julio del 2015 de: <http://cdigital.uv.mx/bitstream/123456789/29734/1/Gutierrez%20Vazquez%20Blanca%20Helena.pdf>
10. **Huaruco, (2014).** Apenas el 20% de las mypes peruanas obtienen ganancias de sus negocios. Extraído el 25 de Noviembre del 2015 de: <http://gestión.pe/empleo-management/cofide- apenas-20-mypes-peruanas-obtienen-ganancias-sus-negocios-2101349>
11. **Ley 28015**, Ley de Promoción y Formalización de la Micro y Pequeña Empresa, dictada el 02 de Julio del 2003. Extraído el 03 de Junio del 2015 de: http://www.mintra.gob.pe/contenidos/archivos/prodlab/legislacion/LEY_28015.pdf
12. **Muñoz, E. (2013)** Caracterización del financiamiento, la capacitación de las MYPES del sector servicios –rubro restaurantes de la ciudad de Sullana periodo 2012. Extraído el 03 de Junio de 2015 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000032261>
13. **Ordoñez, M. (2015).** Caracterización del financiamiento, capacitación y rentabilidad de las Micro y pequeñas empresas del sector servicios – Rubro restaurantes turísticos del distrito de San Vicente – provincia de Cañete, 2014. Extraído el 04 de Junio de 2015 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000035487>

- 14. Otero, R. (2013)** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicios - rubro restaurantes en el distrito provincia y departamento de San Martín periodo, 2012 – 2013. Extraído el 30 de Setiembre del 2016 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034245>
- 15. Rodríguez, J. (2008)** La Capacitación en las organizaciones Modernas. Extraído el 07 de Junio del 2015 de: http://www.uach.mx/extension_y_difusion/synthesis/2009/04/27/La_capacitacion_en_las_organizaciones_modernas.pdf
- 16. Vega, I. (2014)** Caracterización del financiamiento, la capacitación y la rentabilidad de las micro y pequeñas empresas del sector servicio - rubro hoteles y restaurantes en la provincia de Huancavelica, departamento de Huancavelica, periodo 2012 – 2013. Extraído el 02 de Octubre del 2016 de: <http://erp.uladech.edu.pe/bibliotecavirtual/?ejemplar=00000034237>
- 17. Vizcarra, N. (2009).** Importancia de la Capacitación para las Mypes. Extraído el 26 de Noviembre del 2015 de: <http://www.mundomype.com/pages/articulo.php?id=167>

ANEXOS

1.- cronograma de actividades

ACTIVIDADES	SEMANAS														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
Socialización del SPA	X														
Línea de Investigación		X													
Tema de Investigación			X												
Planteamiento del Problema				X											
Manual para la elaboración de Tesis					X										
Revisión de la Literatura						X									
Observaciones de la Redacción							X								
Marco Teórico y Conceptual								X							
Elabora las Bases Teóricas									X						
Redacción de las Bases Teóricas										X					
Metodología de la Investigación											X				
Referencias Bibliográficas												X			
Proyecto de Investigación													X		
Aprobación del Proyecto de Investigación														X	
Aprobación por la Comisión del proyecto de Investigación															X

2. Presupuesto

PRESUPUESTO:			
LOCALIDAD: COISHCO			
RUBROS	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Bienes de consumo:			
Lapicero	01 unid.	0.70	0.70
USB	01 unid.	27.00	27.00
Fólder y faster	01 unid.	1.00	1.00
Papel bond de 60 gramos	01. millar	20.00	20.00
Cuadernillo	01 unid.	3.50	3.50
TOTAL BIENES:	-	52.20	52.50
Servicios:			
a) Pasajes	7.00	5 días	35.00 Semanales
b) Impresiones	0.40	18unid.	7.20
c) Copias	0.10	18. unid.	1.80
d) Anillado	12.00	01 unid.	12.00
e) Internet	5.00	5 Horas	25.00
TOTAL SERVICIOS	24.5		81.00
TOTAL GENERAL			133.50

3. Pantallazo



4. Cuestionario



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES
CHIMBOTE

FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

CUESTIONARIO DE ENCUESTA PARA TRABAJO DE INVESTIGACION

La presente encuesta tiene por finalidad recoger información de las micro y pequeñas empresas para desarrollar el trabajo de investigación denominado "Caracterización de la capacitación de las MYPEs del sector servicio, rubro restaurante del Distrito de Coishco, año 2013"

La información que usted proporcionará será utilizada sólo con fines académicos y de investigación, por lo que se le agradece por su valiosa información y colaboración.

DATOS GENERALES

A) DE REPRESENTANTES:

1. Edad:

- a) 18-30
- b) 31-50
- c) 51 a más

2. Género:

- a) Hombre
- b) Mujer

3. Grado de instrucción:

- a) Estudios primarios
- b) Estudios secundarios
- c) Estudios técnicos
- d) Universitarios
- e) Sin instrucción

4. ¿Cuál es su profesión?

- a) Lic. De administración
- b) Contador público
- c) Abogado
- d) Ingeniero
- e) Otro
- f) No tiene

5. ¿Cuál es el cargo que desempeña en la empresa?

- a) Gerente
- b) Dueño



B. DE LAS MYPES

6. ¿Cuántos años lleva funcionando la empresa?
- a) 1-5 años
 - b) 6-10 años
 - c) 11 a más
7. ¿Con cuántos colaboradores permanentes cuenta su empresa?
- a) 1-3
 - b) 4-6
 - c) 7 a más
8. ¿Cuál es el objetivo principal de su empresa?
- a) Maximizar ganancias
 - b) Brindar empleo a la familia
 - c) Autoempleo

C. DE LA CAPACITACIÓN:

9. ¿Conoce el término capacitación?
- a) SI
 - b) NO
10. ¿Ud. alguna vez se ha capacitado?
- a) SI
 - b) NO
11. En qué temas se ha capacitado?
- a) Manejo empresarial
 - b) Administración de recursos humanos
 - c) Marketing empresarial
12. Considera la capacitación como:
- a) Gasto
 - b) Inversión
13. El personal de su empresa ¿Ha recibido algún tipo de capacitación?
- a) SI
 - b) NO
14. En qué desearía capacitarse y capacitar a sus empleados?
- a) Servicio al cliente
 - b) Marketing
 - c) Ventas
 - d) Otros

ELABORADO POR:
Remilia Beronika López Espinoza


VALIDADO POR:
M^g Felipe Llengue Tuma
C^o de la Ases. Pol. de la U. de San Agustín

PREGUNTAS	RESPUESTAS	TABULACIÓN	F. ABSOLUTA	F. RELATIVA
1) Edad	a) 18-30	I	1%	11,1%
	b) 31-50	III	3%	33,3%
	c) 51 a más	III	5%	55,6%
	TOTAL	9	9%	100%
2) Género	a) Hombre	III	3%	33,3%
	b) Mujer	III I	6%	66,7%
	TOTAL	9	9%	100%
3) Grado de instrucción	a) Estudios primarios	I	1%	11,1%
	b) Estudios secundarios	III I	6%	66,7%
	c) Estudios técnicos	I	1%	11,1%
	d) Estudios Universitarios	I	1%	11,1%
	e) Sin instrucción		0%	0%
	TOTAL	9	9%	100%
4) Profesión	a) Lic en administración		0%	0%
	b) Contador público		0%	0%
	c) Abogado		0%	0%
	d) Ingeniero		0%	0%
	e) Otro	II	2%	22,2%
	f) No tiene	III II	7%	77,8%
	TOTAL	9	9%	100%
5) Cargo que desempeña	a) Gerente		0%	0%
	b) Dueño	III IIII	9%	100%
	TOTAL		9%	100%
6) Funcionamiento de la empresa	a) 1-5 años	III	5%	55,6%
	b) 6-10 años	I	1%	11,1%
	c) 11 a más	III	3%	33,3%
	TOTAL	9	9%	100%
7) N° de colaboradores	a) 1-3	III IIII	9%	100%
	b) 4-6		0%	0%
	c) 7 a más		0%	0%
	TOTAL	9	9%	100%
8) Objetivo de la empresa	a) Maximizar ganancias	IIII	4%	44,5%
	b) Brindar empleo a los familiares	I	1%	11,0%
	c) Autoempleo	IIII	4%	44,5%
	TOTAL	9	9%	100%
9) Conoce el término capacitación	a) SI	III	3%	33,3%
	b) NO	III I	6%	66,7%
	TOTAL	9	9%	100%
10) Alguna vez se ha	a) SI	IIII	4%	44,4%

capacitado	b) NO	III	5%	55,6%
	TOTAL	9	9%	100%
11) En qué temas se ha capacitado	a) Manejo empresarial	II	2%	22%
	b)Administración de RR.HH		0%	0%
	c)Marketing Empresarial	III	4%	44,4%
	d) Ninguno	III	5%	55,6%
	TOTAL	9	9%	100%
12) Considera la capacitación como:	a) Gasto	III	3%	33,3%
	b) Inversión	III I	6%	66,7%
	TOTAL	9	9%	100%
13) Su personal, ha recibido algún tipo de capacitación	a) SI	II	2%	22,2%
	b) NO	III II	7%	77,8%
	TOTAL	9	9%	100%
14) Desearía capacitarse en:	a)Servicio al cliente	III	4%	44,4%
	b)Marketing	III	5%	55,6%
	c)Ventas		0%	0%
	d) Otros		0%	0%
	TOTAL	9	9%	100%

6. Gráficos

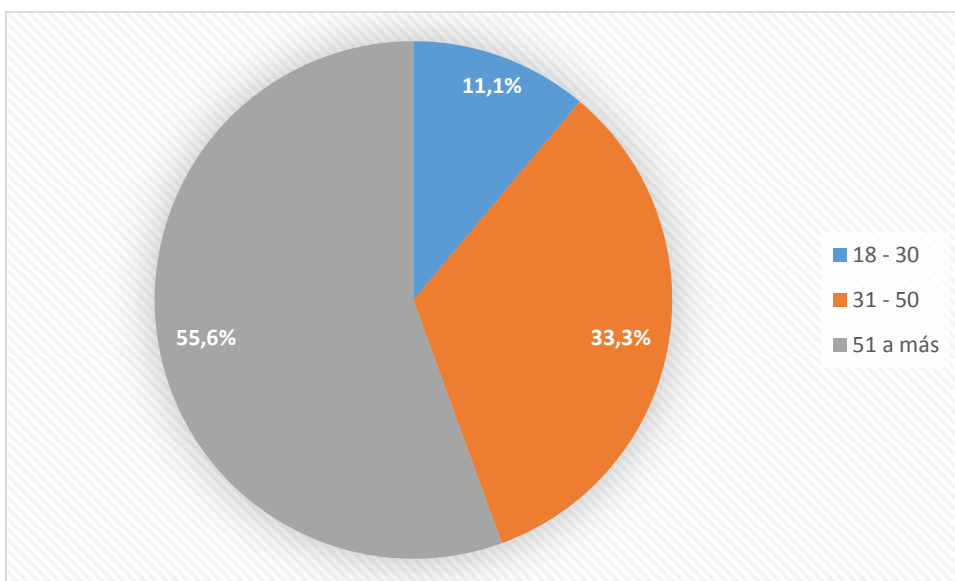


Figura 1. Edad del representante

Fuente: Tabla 1

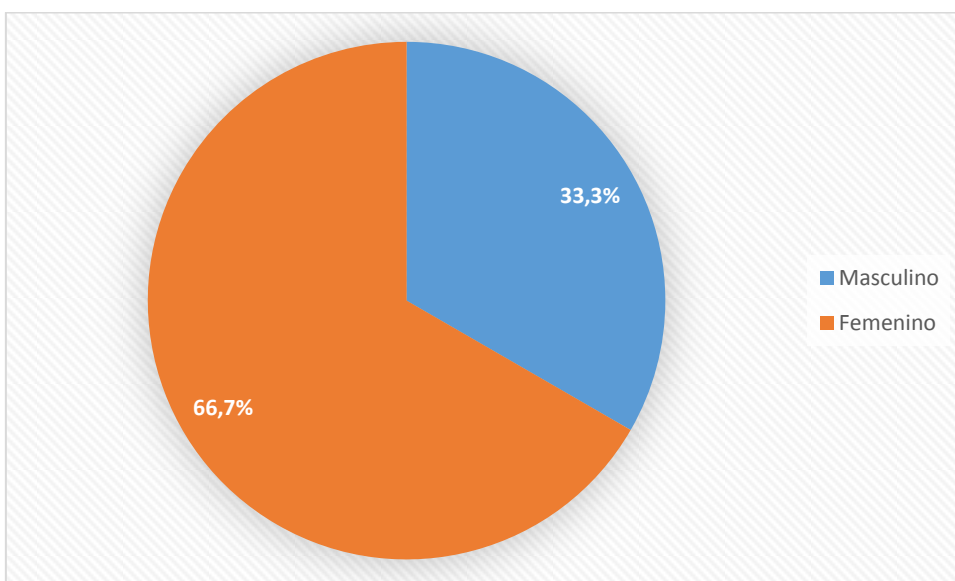


Figura 2. Género del representante

Fuente: Tabla 1

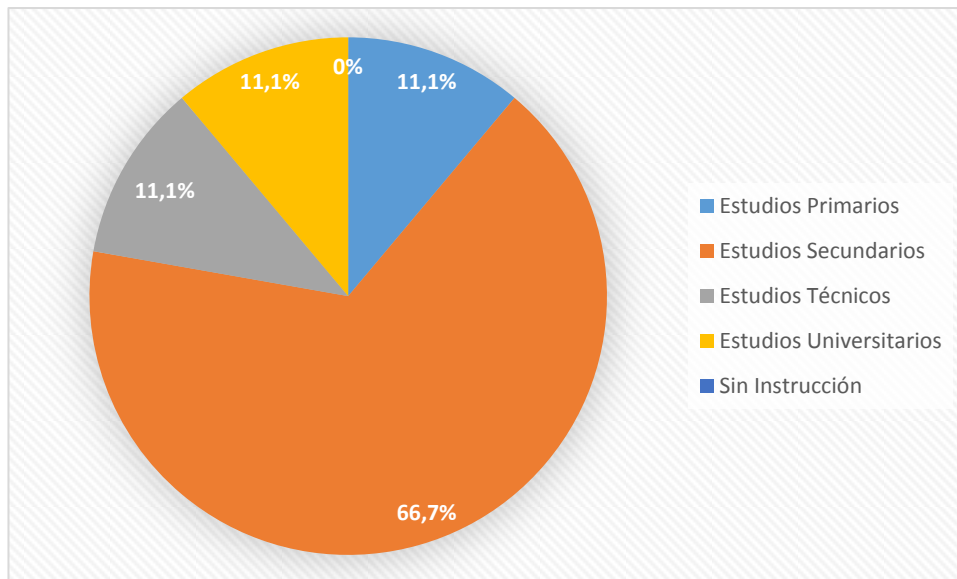


Figura 3. Grado de instrucción del representante

Fuente: Tabla 1

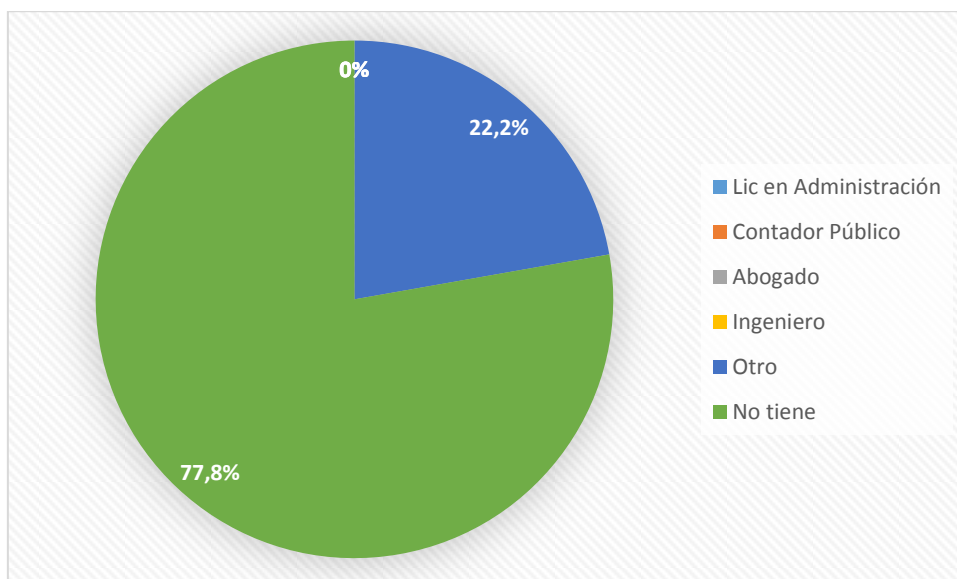


Figura 4. Profesión del representante

Fuente: Tabla 1

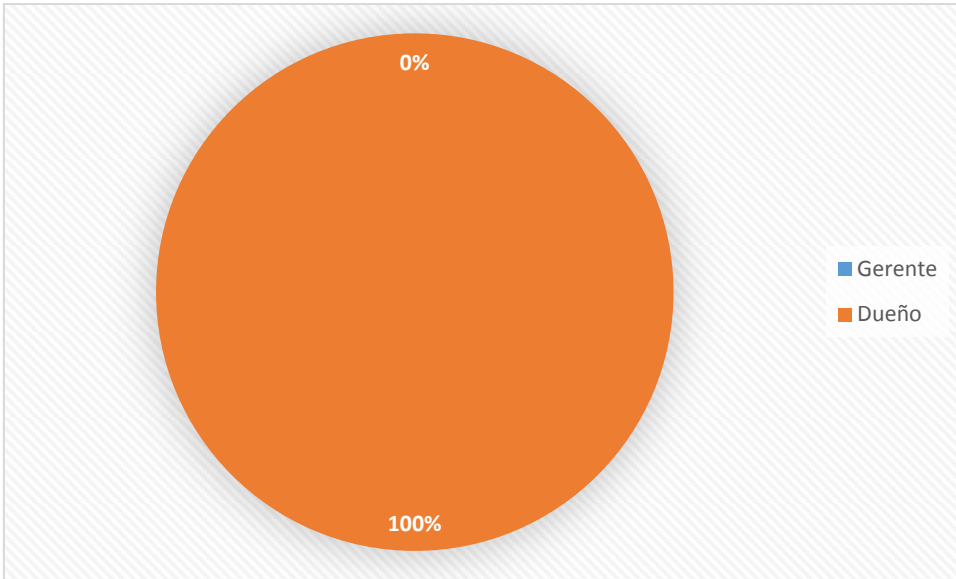


Figura 5: Cargo del representante

Fuente: Tabla 1

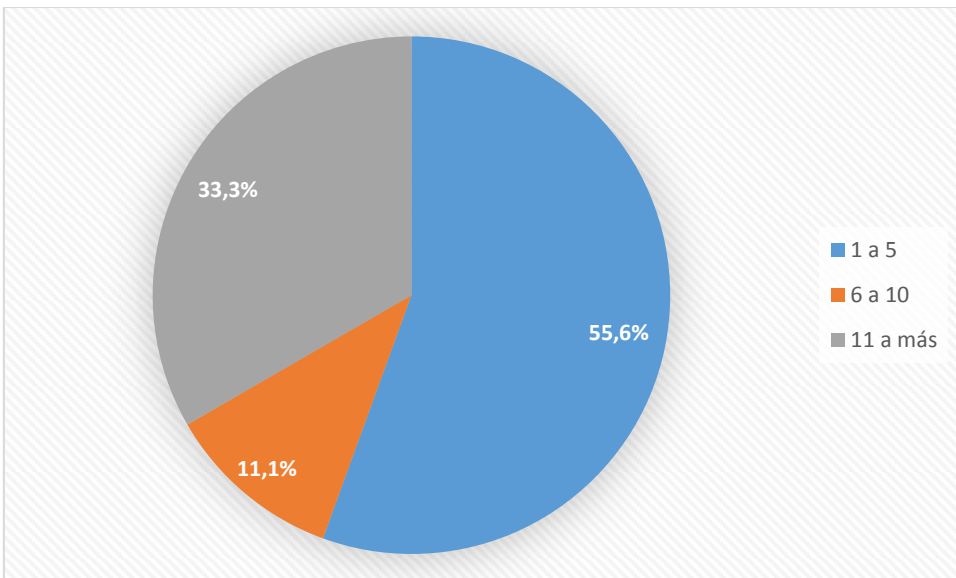


Figura 6: Funcionamiento de la micro y pequeña empresa

Fuente: Tabla 2

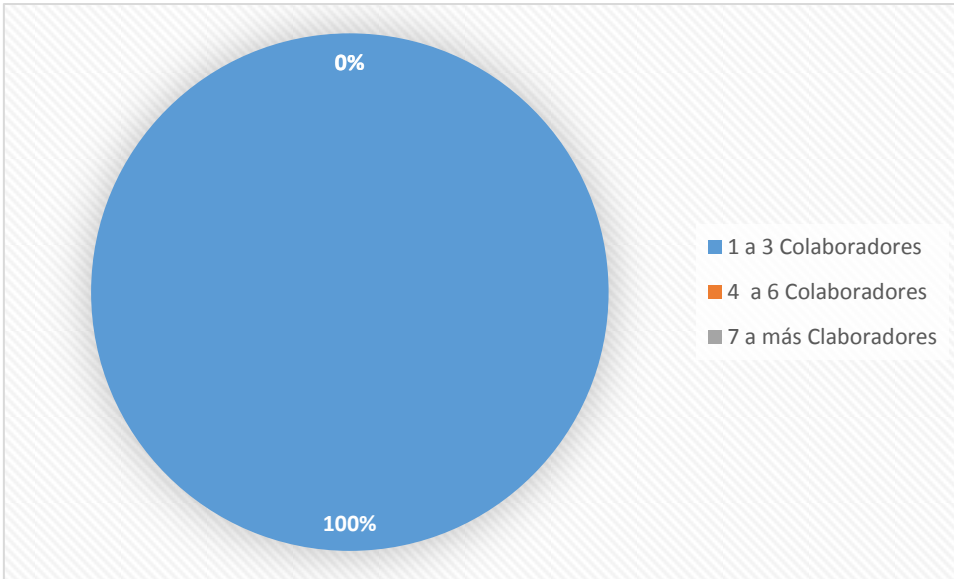


Figura 7: N° de colaboradores de la micro y pequeña empresa

Fuente: Tabla 2

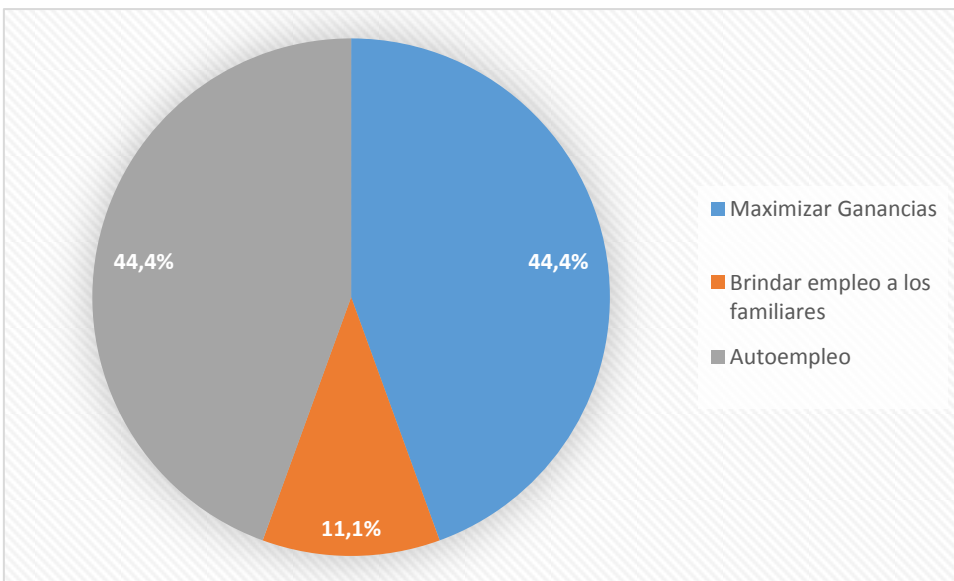


Figura 8: Objetivo de la micro y pequeña empresa

Fuente: Tabla 2

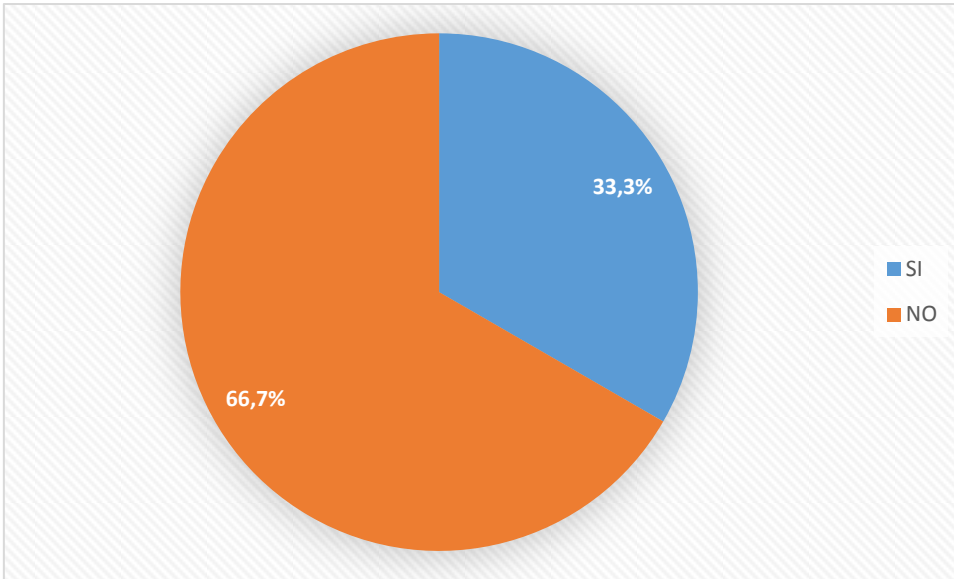


Figura 9: Conoce el término capacitación

Fuente: Tabla 3

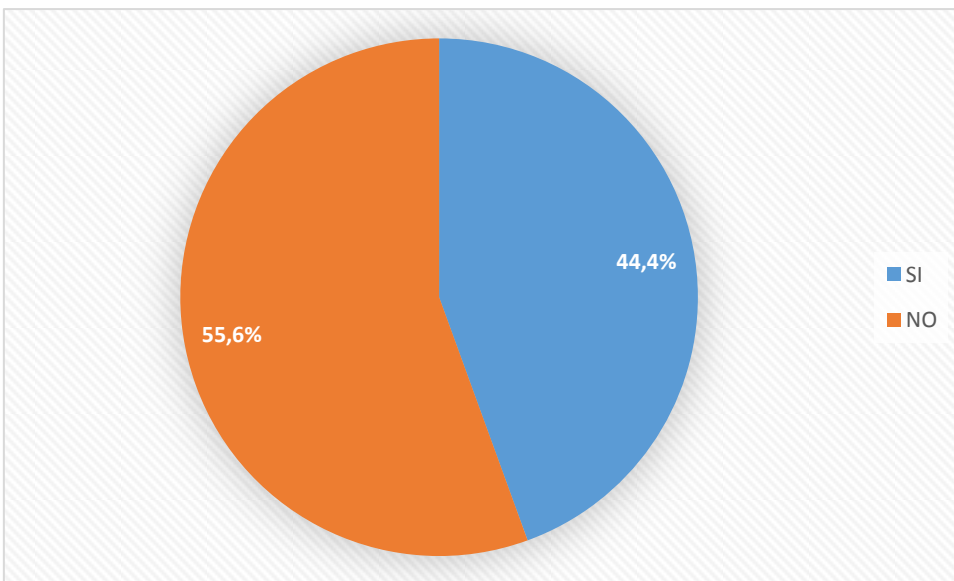


Figura 10: Alguna vez se ha capacitado

Fuente: Tabla 3

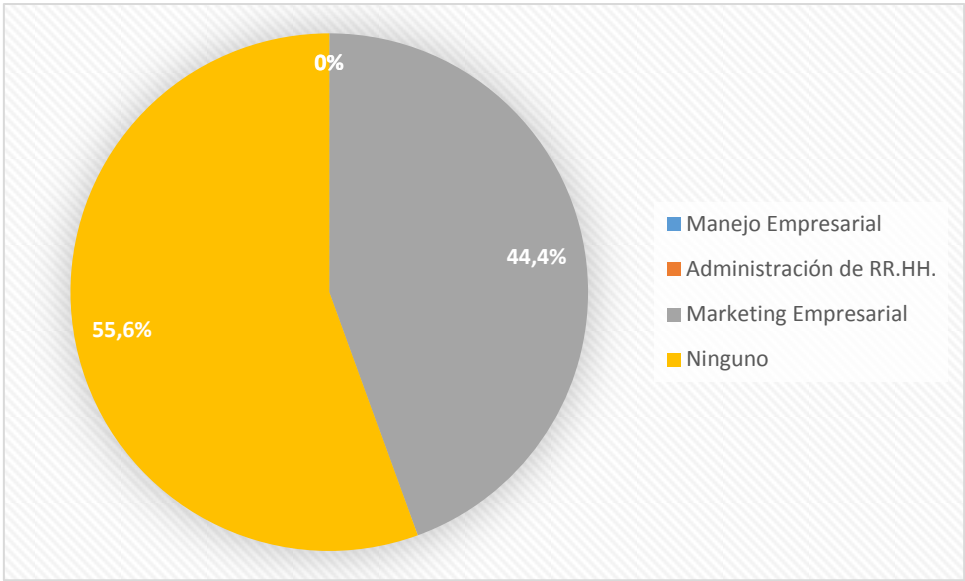


Figura 11: En qué temas se ha capacitado

Fuente: Tabla 3

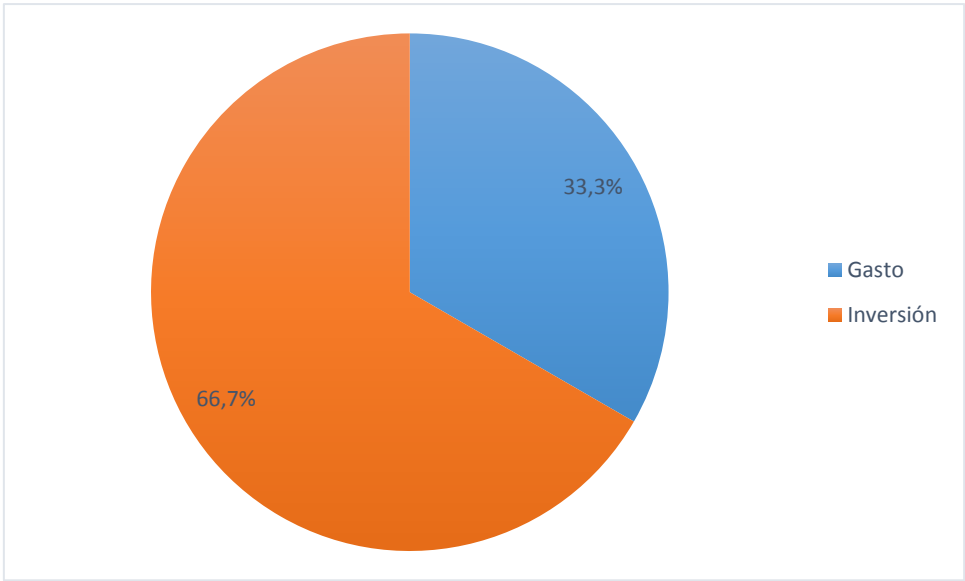


Figura 12: Considera que la capacitación es un gasto o inversión

Fuente: Tabla 3

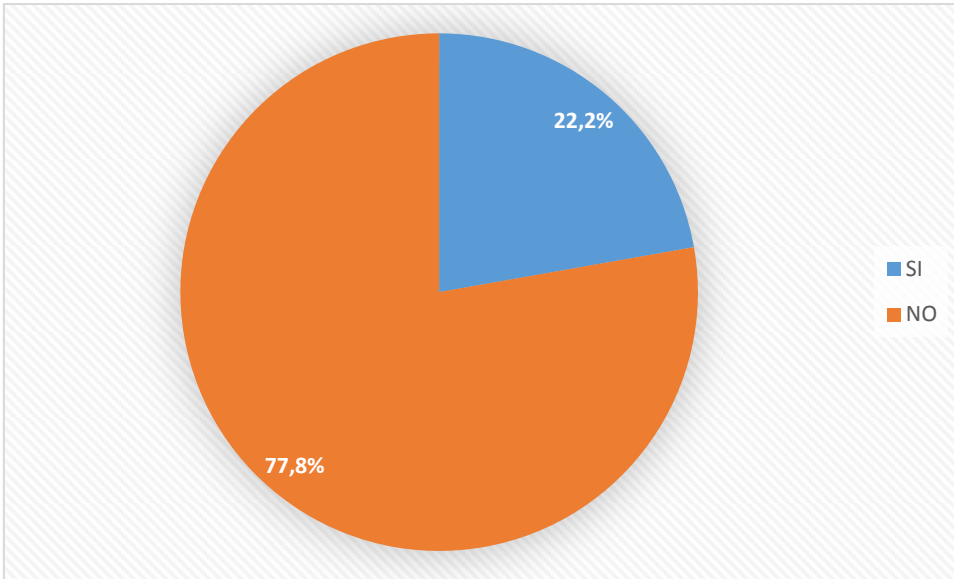


Figura 13: Su personal ha recibido algún tipo de capacitación

Fuente: Tabla 3

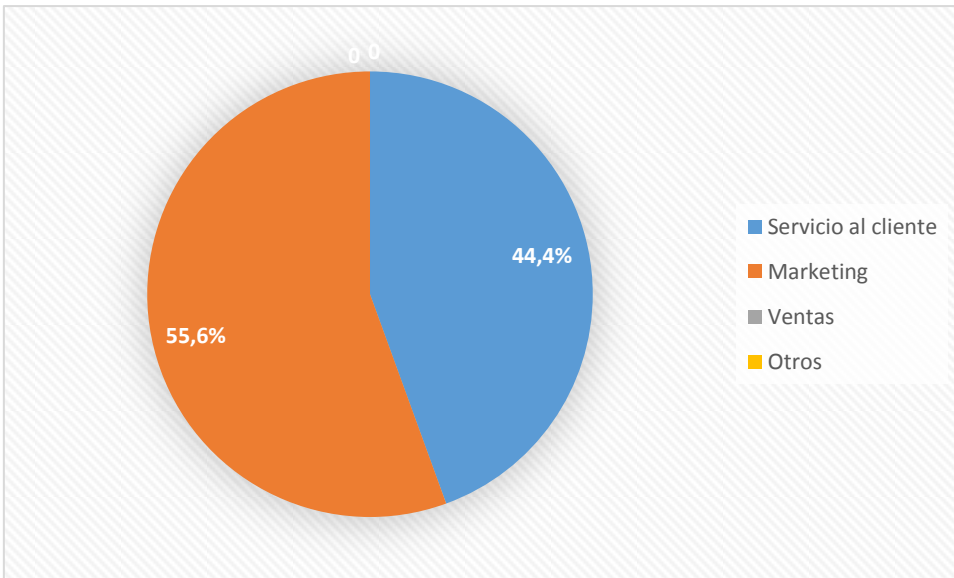


Figura 14: En qué desearía capacitarse

Fuente: Tabla 3